



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

RESOLUÇÃO N. 005/2018

**Aprova a Política de Comunicação da
Universidade Federal de Santa Maria.**

O REITOR DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA, no uso de suas atribuições legais e estatutárias e considerando:

- as disposições presentes no Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, do Poder Executivo Federal, que dispõe sobre as ações comunicacionais do Poder Executivo Federal e demais regulamentações;

- o artigo 43 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação;

- a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, que regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da *Constituição* Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências;

- a Lei Complementar nº 131, de 27 de maio de 2009. Acrescenta dispositivos à Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, que estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências, a fim de determinar a disponibilização, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

- as regulamentações profissionais das atividades concernentes à área de Comunicação: a) publicitário: Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, que regulamenta a profissão de publicitário, e Decreto Nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, que regulamenta essa mesma lei; b) relações públicas: Lei Nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que disciplina a profissão de relações públicas, e Decreto nº 63.283, de 26 de setembro de 1968, que aprova o regulamento da profissão de relações públicas; c) jornalista: Decreto-lei Nº 972, de 17 de outubro de 1969, que regulamenta a profissão de jornalista; e artigos 302 a 316 do Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943 – Consolidação das Leis do Trabalho – em suas disposições sobre a atuação do jornalista profissional; d) radialista: Lei Nº 6.615, de 16 de dezembro 1978, que dispõe sobre a regulamentação da profissão de radialista, e Decreto Nº 84.134, de 30 de outubro de 1979, que regulamenta essa mesma lei;

- as previsões dos artigos 20 e 31 do Regimento da UFSM;

- o disposto nos dispositivos pedagógicos dos cursos de graduação em Comunicação Social – Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Produção Editorial – e de pós-graduação em Comunicação, nível de mestrado e de doutorado, da UFSM;

- a resolução 025/2015, que aprova a criação da estrutura mínima dos centros de ensino do Campus Sede da UFSM;

- o Decreto Nº 7.845, de 14 de novembro de 2012, que regulamento os procedimentos para credenciamento de segurança e tratamento de informação



classificada em qualquer grau de sigilo, e dispõe sobre o Núcleo de Segurança e Credenciamento;

- o Decreto Nº 7.724, de 16 de maio de 2012, que regulamenta a Lei Nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, que dispõe sobre o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do caput do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § do art. 2016 da Constituição;

- o Decreto N. 3.505, de 13 de junho de 2000, que institui a Política de Segurança da Informação nos órgãos e entidades da Administração Pública Federal;

- o Decreto Nº 7.174, de 2 de maio de 2010, que regulamenta a contratação de bens e serviços de informática e automação pela administração pública federal, direta ou indireta, pelas fundações instituídas ou mantidas pelo Poder Público e pelas demais organizações sob o controle direto ou indireto da União; e

- a Lei Brasileira de Inclusão das Pessoas com Deficiência, Lei nº 13.146/15, também conhecida como Estatuto da Pessoas com Deficiência, nas legislações que sustentam esta política institucional.

RESOLVE:

Art. 1º – Aprovar a Política de Comunicação – POLICOM, no âmbito da Universidade Federal de Santa Maria.

Parágrafo único. A Política de Comunicação da UFSM é aprovada na forma de Anexo a esse ato.

Art. 2º – O Comitê de Política de Comunicação será instaurado por convocação do Reitor e, em sua primeira sessão, elegerá a sua presidência, vice-presidência e secretaria, que, a partir de então, estarão responsáveis pelo encaminhamento de convocações posteriores.

Art. 3º – Institui-se a Unidade de Comunicação Integrada como órgão de apoio institucional, enquanto núcleo vinculado e subordinado à Coordenadoria de Planejamento Informacional da Pró-Reitoria de Planejamento, cujo objetivo é articular e acompanhar a execução do Planejamento Estratégico de Comunicação, de forma integrada com todo o ecossistema de Comunicação da UFSM, com atribuições definidas no anexo deste documento.

Parágrafo único. Na execução das suas obrigações institucionais, a Unidade de Comunicação Integrada contará com o apoio e suporte da Coordenadoria de Comunicação Social da UFSM.

Art. 4º – Esta resolução entrará em vigor na data de sua assinatura, revogadas as disposições em contrário.

GABINETE DO REITOR DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA, aos dezesseis dias do mês de abril do ano de dois mil e dezoito.

Paulo Afonso Burmann,
Reitor.



REGULAMENTO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA UFSM

Anexo da Res. N. 005/2018, de 16.04.2018.

CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º - A Política de Comunicação tem como propósito instituir diretrizes e princípios de Comunicação no âmbito da Universidade Federal de Santa Maria. O documento ainda tem como objetivos: integrar as atividades comunicacionais institucionais já desenvolvidas na Reitoria, na Coordenadoria de Comunicação, nos órgãos suplementares, nos órgãos complementares e nas unidades de ensino; reconhecer as áreas convergentes à Comunicação Social, fomentando e viabilizando de forma sustentável as atividades técnicas e de ensino, pesquisa e extensão da área de Comunicação Social da UFSM; integrar e guiar os fluxos, processos e sentidos dinamizados à imagem e identidade institucional, renovando e promovendo a legitimidade da UFSM socialmente.

CAPÍTULO II DOS PRINCÍPIOS E OBJETIVOS

Art. 2º - Os objetivos da área de Comunicação da UFSM são:

- I - promover o diálogo entre a instituição e seus variados públicos;
- II - dar visibilidade às suas ações de ensino, pesquisa e extensão;
- III - buscar legitimidade institucional perante a sociedade;
- IV - reconhecer, fomentar e tornar visível o capital intelectual e social da instituição em prol do desenvolvimento da sociedade;
- V - profissionalizar a atividade de Comunicação da UFSM.

Art. 3º - Os princípios de Comunicação da UFSM são:

- I - interesse público;
- II - diálogo;
- III - transparência;
- IV - pluralidade;
- V - integração da Comunicação Pública às atividades de ensino, pesquisa e extensão da UFSM;
- VI - sustentabilidade;
- VII - acessibilidade.

CAPÍTULO III DA ABRANGÊNCIA

Art. 4º - A Comunicação da UFSM compreende o relacionamento entre a instituição e seus públicos, na forma integrada de funções, de mídias e de áreas convergentes à Comunicação Social, e é regida pelos seguintes conceitos:

I – Ecossistema comunicativo: é entendido como as interações que se processam



por diferentes formas, seja de modo dirigido ou difuso, para além dos meios massivos e dos objetivos organizacionais, constituindo-se por redes e fluxos de Comunicação entre instituição e públicos, bem como atividades de interação social e midiática.

II – Comunicação Pública: constitui-se na circulação de temas de interesse coletivo e na particularidade de mensagens, técnicas e objetivos de Comunicação, os quais devem primar pelo interesse público, transparência e diálogo, através do relacionamento entre instituição, gestão e sociedade (públicos). As informações que derivam da organização são objetos de ações, produtos e processos de Comunicação Pública e são classificadas em:

a) institucionais: condizem com a Comunicação relativa à consolidação da identidade, imagem e reputação organizacional da UFSM, as quais são ligadas diretamente ao Plano de Desenvolvimento Institucional;

b) derivadas da gestão da Universidade: alinham-se ao caráter institucional, porém se relacionam ao processo decisório e à atuação dos dirigentes públicos, como seu plano de gestão, metas e objetivos;

c) de prestação de contas: complementam as estratégias comunicacionais ligadas à transparência, visto que apresentam e justificam as decisões políticas e a aplicação dos recursos públicos, possibilitando a avaliação e a fiscalização pelos cidadãos;

d) de divulgação científica, tecnológica e artística: objetivam a democratização do acesso ao conhecimento e a inclusão dos cidadãos no debate público sobre temas especializados, a partir da divulgação, em linguagem coloquial, dos resultados de atividades de ensino, pesquisa e extensão, devendo, portanto, estarem previstas em projetos e programas acadêmicos, bem como nos editais de fomento institucionais. Esse tipo de informação conta com importantes processos, considerados primordiais para sua ação: Sítios Eletrônicos Institucionais, Editoras, Repositórios Institucionais e Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) aplicadas à Educação.

e) de dados públicos: referem-se às publicações legais, como editais, jurisprudência, documentos históricos, normas, legislação e indicadores;

f) de utilidade pública: referem-se a serviços e orientações sobre temas específicos ligados à rotina dos públicos;

g) de interesse privado: restringem-se aos públicos que as solicitam, conforme os protocolos e prazos legais e normas institucionais;

h) de interesse restrito: referem-se às informações protegidas por legislação específica.

III – Comunicação Organizacional: consiste nos meios, ações e profissões e seus derivados, que se enquadram em um dos tipos de Comunicação:

a) Institucional: integra ações e estratégias de Comunicação com objetivos ligados à identidade, imagem e credibilidade, pois aborda conteúdos relacionados à missão, visão e valores organizacionais, bem como aos seus serviços e produtos enquanto interesse público, com acesso democrático e legítimo;

b) Interna: visa à integração e coesão entre os objetivos da instituição e os objetivos da comunidade universitária. Adota uma postura de valorização de relações participativas, colaborativas e de convivência, o que se configura em práticas comunicacionais horizontais e integradoras que atendem o direito à informação, à expressão e à resposta, constituindo a relação dialógica;

c) Administrativa: estrutura-se na confluência de fluxos ligados às funções administrativas da UFSM, e seu objetivo é viabilizar, padronizar e organizar o fluxo e os modelos de informação, para assegurar a agilidade e a qualidade do relacionamento entre



unidades, entre unidades e públicos, em busca de eficiência nos serviços prestados;

d) Científica: visa à circulação de informações especializadas entre os pares na comunidade científica, visibilidade dos dados de pesquisa e, nesta instituição, incorpora a comunicação tecnológica e artística. Por gerar qualificadores, indicadores e métricas institucionais, a comunicação científica depende de um conjunto de metadados padronizados e validados, os quais possibilitam interoperabilidade entre os sistemas de gestão, publicação e indexação. São representantes o portal de periódicos e os repositórios da produção institucional.

e) Convergência: busca tornar as atividades comunicacionais da UFSM conectadas, participativas e interativas, considerando a ambiência digital e não-digital. Essa ambiência busca promover a interação e a atuação institucional em rede e de forma cooperada, visando à integração de áreas existentes na UFSM e seus respectivos produtos e serviços, impulsionando a reciprocidade e a confiança em função do interesse público. A Política de Comunicação considera a convergência por meio de um Planejamento Estratégico de Comunicação que delimite:

- a) os fluxos e processos da Comunicação;
- b) o mapeamento da presença digital da UFSM;
- c) a criação e o gerenciamento de perfis institucionais da UFSM;
- d) a função e os objetivos de cada um destes perfis, tanto no ambiente digital, quanto no não-digital;
- e) a padronização e adequação de linguagem nos perfis institucionais, em termos verbais, visuais, sonoros e audiovisuais;
- f) as possibilidades de interação da comunidade acadêmica;
- g) as dinâmicas de capacitações periódicas e de atualização dos gestores, especialmente das plataformas digitais;
- h) a elaboração de um plano de gestão de crise, definido e posto em prática por equipe especializada para conservar e aprimorar a reputação da UFSM;
- i) a identificação dos agentes públicos responsáveis pela comunicação interna e externa, em nome da UFSM, nos atos oficiais ou não, inclusive para fins de representação e/ou interlocução em nome da Autarquia.

V – Comunicação acessível: “forma de interação dos cidadãos que abrange, entre outras opções, as línguas, inclusive a Língua Brasileira de Sinais (Libras), a visualização de textos, o Braille, o sistema de sinalização ou de comunicação tátil, os caracteres ampliados, os dispositivos multimídia, assim como a linguagem simples, escrita e oral, os sistemas auditivos e os meios de voz digitalizados e os modos, meios e formatos aumentativos e alternativos de comunicação, incluindo as tecnologias da informação e das comunicações”, conforme Lei nº 13.146/2015.

CAPÍTULO IV DA GESTÃO

Art. 5º - A gestão desta Política de Comunicação será competência do Comitê de Política de Comunicação, cuja composição inicial será nomeada pelo Reitor, imediatamente após a sua aprovação.

Art. 6º - A implantação da Política de Comunicação terá suas diretrizes atendidas através de regulamentações próprias.



Art. 7º - Da Política de Comunicação originam-se estratégias, técnicas e regulamentações, tais como:

- I - Planejamento Estratégico da Comunicação da UFSM;
- II - programas;
- III - planos;
- IV - projetos desenvolvidos nas unidades;
- V - modelos, guias e fluxos das atividades rotineiras de Comunicação da UFSM.

Art. 8º - A Política de Comunicação articula-se ao Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), estimando-se a avaliação constante da Comunicação da UFSM no âmbito de suas atualizações, conforme prazos e metodologias próprias.

CAPÍTULO V DA ORGANIZAÇÃO

Art. 9º - A governança da Comunicação da UFSM será composta por um Comitê de Política de Comunicação, Unidade de Comunicação Integrada, Unidades de assessoramento institucional e de gestão, Unidades de produção pedagógica, Unidades de produção e veiculação de conteúdo, e Áreas convergentes à Comunicação:

Art. 10 O Comitê de Política de Comunicação tem como função o de orientar, assessorar, aprovar e acompanhar a regulamentação das atividades do ecossistema de Comunicação da UFSM, zelando pelos princípios e objetivos desta Política.

§ 1º - São atribuições do Comitê de Política de Comunicação:

- I - estabelecer as diretrizes que irão subsidiar a elaboração das estratégias, técnicas e regulamentações das unidades de Comunicação;
- II - compor a equipe de elaboração e revisão do Planejamento Estratégico de Comunicação da UFSM, quando necessário;
- III - aprovar o Planejamento Estratégico de Comunicação da UFSM e encaminhá-lo aos Conselhos;
- IV - acompanhar a execução do Planejamento Estratégico de Comunicação da UFSM;
- V - criar grupos de trabalho para discutir e propor regulamentações sobre temáticas específicas.

§ 2º A composição do Comitê deverá garantir a paridade de representação das categorias de servidores, gênero, bem como garantir a representatividade de cor, etnia, multicampi, discentes e profissional das subáreas da Comunicação.

§ 3º - A composição do Comitê e o seu funcionamento serão estabelecidos em regimento próprio.

Art. 11 A Unidade de Comunicação Integrada constitui-se como órgão de apoio institucional, enquanto núcleo vinculado e subordinado à Coordenadoria de Planejamento Informacional da Pró-Reitoria de Planejamento, cujo objetivo é articular e acompanhar a execução do Planejamento Estratégico de Comunicação de forma integrada com todo o ecossistema de Comunicação da UFSM.

§ 1º - São atribuições da Unidade de Comunicação Integrada:



I - desenvolver processos integrados de gestão, pesquisa, planejamento, execução e avaliação da Comunicação, com atuação alinhada à Política de Comunicação da UFSM; e

II - estruturar um birô de atendimento de campanhas e projetos de Comunicação, com o objetivo de promover a sinergia entre as unidades, garantindo os fluxos comunicacionais em rede.

§ 2º O instrumento utilizado para exercício destas funções será o Planejamento Estratégico de Comunicação da UFSM, que deverá conter os Planos de Comunicação das demais unidades, bem como o Plano de Gestão de Crise, definido como meta nesta Política de Comunicação.

Art. 12 Unidades de assessoramento institucional e de gestão: são todas as unidades em cujas atribuições esteja o planejamento de comunicação da unidade.

§ 1º Devem atender à Política de Comunicação de forma integrada, aos objetivos das gestões e às definições do Planejamento Estratégico de Comunicação da UFSM, prezando pela transparência, prestação de contas, princípios da administração pública.

§ 2º As práticas de assessoramento institucional e de gestão podem ser derivadas das demandas da própria unidade, ou articuladas com a Unidade de Comunicação Integrada, e deverão ser desenvolvidas de forma integrada e sinérgica ao Planejamento Estratégico de Comunicação da UFSM.

§ 3º Poderão ser desenvolvidas atividades oriundas das unidades de produção pedagógica, desde que previstas nos Planos de Comunicação, com a devida orientação técnica e docente.

§ 4º Os discentes participantes de atividades nas unidades de assessoramento institucional e de gestão devem estar sob supervisão de servidores lotados nestas unidades ou por servidores vinculados às unidades de produção pedagógica. Essas atividades devem estar alinhadas ao Planejamento Estratégico de Comunicação da UFSM.

Art. 13 Unidades de produção pedagógica: são representadas pelas atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão, nas quais os objetivos visem o atendimento das demandas da Política de Comunicação e Planejamento Estratégico de Comunicação, os orientadores ou coordenadores devem ter preferencialmente formação na área de Comunicação.

§ 1º As unidades de produção pedagógica devem atender as demandas de comunicação através de fluxos descentralizados dos laboratórios didáticos dos cursos de comunicação social.

§ 2º - Os processos e produtos fornecidos por estas unidades podem integrar a programação das unidades de produção e veiculação e as mídias institucionais.

Art. 14 Unidades de produção e veiculação de conteúdos: são as unidades administrativas que realizam os processos operativos da Política de Comunicação da Instituição.

§ 1º São organizadas conforme os processos operativos dos veículos de Comunicação Institucional existentes e os que futuramente venham a ser criados na UFSM.

§ 2º As práticas de produção e veiculação de conteúdos de Comunicação podem ser derivadas das demandas da própria unidade, ou articuladas com a Unidade de Comunicação Integrada.

§ 3º Os discentes participantes de atividades nas Unidades de Produção e



Veiculação de conteúdos de Comunicação devem estar sob supervisão de servidores lotados nestas unidades ou de servidores vinculados às unidades de produção pedagógica. Essas atividades devem estar alinhadas ao Planejamento Estratégico de Comunicação da UFSM.

Art. 15 Áreas convergentes à Comunicação: contemplam-se nesta Política de Comunicação as áreas convergentes existentes na estrutura da UFSM que, conforme demandas, poderão elaborar Resoluções específicas, em processo coletivo e dialógico com o Comitê de Política de Comunicação. São consideradas áreas convergentes:

I - Sistemas de informação: representada pelo Centro de Processamento de Dados (CPD), pelo Comitê Gestor de Tecnologia de Informação e Comunicações (CGTIC), pelas Unidades de Tecnologia de Informação dos Centros de Ensino (UTIs) e pela Pró-Reitoria de Planejamento;

II - Acessibilidade: representada pela Coordenadoria de Ações Educacionais;

III - Documentação: representada pelo Departamento de Arquivo Geral (DAG) e pelo Departamento de Arquivologia;

IV - Internacionalização: representada pela Secretaria de Apoio Internacional (SAI) e pelo Departamento de Desenho Industrial;

V - Educação a distância: representada pelo Núcleo de Tecnologia Educacional (NTE) e e-Tec da UFSM;

VI - Turismo: representada pelo Departamento de Turismo.

VII - Transparência e acesso à informação: representadas pela Ouvidoria, pelo Serviço de Informação ao Cidadão (SIC) e pela Pró-Reitoria de Planejamento;

VIII - Eventos: representada pela Coordenadoria de apoio a eventos;

IX - Gráfica: representada pela Imprensa Universitária; e

X - Ciência da informação: representada pelo Sistema de Bibliotecas da UFSM (SiB-UFSM).

CAPÍTULO VI DAS RESPONSABILIDADES

Art. 16 São corresponsáveis pela execução desta Política de Comunicação toda a Comunidade Universitária, especialmente os setores, departamentos que desempenham atividades de Comunicação e de áreas convergentes.

Art. 17 É compromisso da Instituição e dos seus gestores a profissionalização das unidades e atividades de Comunicação, bem como a promoção da integração entre a estrutura administrativa e as atividades didático-pedagógicas da área (Ensino, Pesquisa e Extensão).

CAPÍTULO VII DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 18 Este Regulamento da Política de Comunicação, bem como as normas e procedimentos associados, deverão ter ampla divulgação, de forma a garantir que todos entendam suas responsabilidades e atuem de acordo com seus preceitos.

Art. 19 Os casos omissos a este Regulamento deverão ser deliberados pelo Comitê



de Política de Comunicação.

Art 14º - Revogam-se as disposições em contrário.

Art 15º - Este Regulamento entra em vigor na data de sua aprovação.